

ABSTRAK

Dalam industri perhotelan, hubungan pelanggan sangatlah penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Dalam hal ini jalinan hubungan akan menciptakan nilai lebih kepada pelanggan dibandingkan dengan faktor lain seperti harga dan fitur produk, karenanya akan meningkatkan *lifetime value* bagi pelanggan. Hotel-hotel ternama berusaha untuk memberikan lebih dari sekedar kepuasan pelanggan dan memastikan memberikan nilai melalui suatu jalinan hubungan daripada hanya berdasarkan transaksional saja. Kepuasan pelanggan saja tidak cukup untuk membangun loyalitas. Strategi *customer relations* dalam industri perhotelan didasarkan kepada prinsip dasar yang menyatakan bahwa layanan yang baik tidak menjamin kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan tidak menjamin loyalitas. Untuk produk perhotelan, hubungan pelanggan berdasarkan kepada *moment of truth* yang apabila direkomendasikan dengan karakteristik unik dari industri perhotelan akan menarik perhatian penyedia jasa untuk mengutamakan pelanggan. Dalam rangka pencapaian keberhasilan membina hubungan dengan pelanggan yang berdampak pada kepuasan pelanggan, Swiss-belHotel Papua telah mengimplementasikan strategi *customer relations*.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui (1) strategi *customer relations* yang digunakan Swiss-belHotel Papua di Jayapura untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan (2) kendala-kendala dalam menjalankan penerapan Strategi *Customer Relations* di Swiss-belHotel Papua di Jayapura.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif yang melukiskan dan menerangkan fakta maupun alur serta analisisnya mengacu pada format strategi *customer relations* sebagai arah penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pihak manajemen Swiss-belHotel Papua yang diwakili oleh Manajer *Public Relation*, Manajer Sumber Daya Manusia dan Manajer Pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Strategi *customer relations* digunakan oleh Swiss-belHotel untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang dilakukan antara lain dengan melakukan (a) *Research (defining the problem)*; (b) *Planning and Programming*; (c) *Taking Action and Communicating*; (d) *Evaluating the Program* dan (e) *Stewardship*. Pelaksanaan strategi *customer relations* yang diterapkan oleh Swiss-belHotel Papua ini cukup berhasil, dilihat dengan semakin meningkatnya jumlah pengunjung Swiss-belHotel Papua setiap tahunnya; dan (2) Dalam menjalankan Strategi *Customer Relations* Swiss-belHotel Papua di Jayapura mengalami kendala yaitu pada *defining the problems (research)*, sumber daya manusia dan promosi atau periklanan. Dengan begitu disarankan agar dapat mengatasi kendala yang terjadi demi kelancaran strategi *customer relations* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Swiss-belHotel Papua.

Kata Kunci: Strategi *Customer Relations*, *Public Relations*